

Indice

<i>Introduzione</i> Gianni Canova	pag. 7
<i>Strategie e forme di comunicazione del cinema italiano. Uno sguardo d'insieme</i> Rocco Moccagatta	» 11
<i>Eccezioni distributive. La rete come spazio di visione parassitario e alternativo</i> Mimmo Gianneri	» 33
<i>Siti web e internet nella politica promozionale</i> Rossana Foresti	» 45
<i>Manifesti e locandine: gli evergreen della promozione cinematografica</i> Maria Buratti	» 53
<i>Trailer e forme intermediali nelle strategie di promozione cinematografica</i> Francesca Monti	» 63
<i>Ricordati di me. Corsi e ricorsi nella costruzione dei titoli dei film</i> Mariachiara Grizzaffi e Rocco Moccagatta	» 81
<i>La promozione di Boris e I soliti idioti tra metanarrazione e transmedialità</i> Elena Gipponi	» 99

<i>Il peso della critica nella promozione del cinema italiano</i> Luca Malavasi	»	107
<i>Strategie di organizzazione e promozione nel cinema italiano contemporaneo: le linee guida della macchina comunicativa</i> Delia Parodo	»	121
<i>Il punto di vista degli uffici stampa</i> Nicole Bianchi	»	131
<i>I trend del mercato cinematografico in Italia tra il 2008 e il 2012</i> Karen Hassan	»	137
Profili degli autori	»	157